

Ю. Л. Овдій, аспірант,
Київський національний економічний університет

МАРКЕТИНГ ЯК ОСНОВА ПЛАНУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ БАНКУ

У процесі розвитку банківської справи стратегічне планування все більше перетворюється на один з основних чинників успіху. Система банківського планування включає в себе маркетинговий план.

Якщо в стратегічному плані банку фіксуються основні напрями його діяльності, то в маркетингових планах визначаються конкретні задачі в межах цих напрямів.

1. Розробляються три групи маркетингових планів:

— плани підрозділів (відділень та інших структурних підрозділів банку);

— плани клієнтів;

— плани окремих банківських продуктів.

2. Маркетинговий план банку складається з розділів, які варіюються залежно від спрямованості конкретного плану. Це:

— огляд і аналіз поточного становища банку на ринку;

— цілі банку, на досягнення яких спрямовується маркетинговий план;

— стратегія маркетингу;

— програма дій, за допомогою якої конкретизується обрана стратегія;

— комплексний бюджет, що визначає витрати на здійснення всіх заходів у рамках маркетингового плану.

Отже, маркетингові дослідження передують фінансовому плануванню діяльності банку і є складовою процесу стратегічного планування в банку.

І. В. Олейнікова,
Є. В. Кияшко,
Дніпропетровський юридичний інститут

ВИКОРИСТАННЯ СТРАТЕГІЇ МАРКЕТИНГУ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ

Основними цілями підприємства при формуванні стратегії управління маркетингом можуть бути:

— стратегічні;